

1910年代三菱の国内石炭販売

長 沢 康 昭

はじめに

1910年代初めの三菱合資営業部は、既存の研究がしばしば指摘するように、基本的には社内の石炭と銅を販売する三菱合資の販売部門に過ぎなかった。⁽¹⁾ところが、大正6年の雜貨取引の開始、翌年の三菱商事の設立を経て、1910年代終りには総合商社に転換していた。本稿は、このような三菱合資営業部の総合商社化過程を、国内支店の活動を検討することによって分析しようとするものである。⁽²⁾

三菱合資の国内販売組織は主として石炭販売のために構築された。日本においては、江戸時代以来の流通機構が発達しており、国内販売はこれらの流通機構を利用することができた。従って、例えば銅の販売は、江戸時代に銅座の置かれた大阪、または外商との取引の舞台である神戸に販売拠点を設けるだけで十分であった。ところが、石炭は明治以後に本格的な生産・消費が始まる商品であって、既存の流通機構は存在しなかった。このため、石炭生産企業はきわめて弱体な外部流通機構に依存することを避けるためには、自ら流通機構を構築しなければならなかった。本稿が、国内支店活動の分析において、石炭販売に焦点を当てるのは以上の事情による。

ところで、三菱の国内支店は、他社商品の取扱という総合化への動きはきわめて弱かった。その原因は何であったのか、これが本稿の問題意識の第一である。第二に、三菱の国内支店は明治末期から第一次大戦ブーム初期にかけて著しく石炭専門商社へと傾斜し始めるが、大戦ブーム末期から戦後恐慌期にかけてこの動きも挫折した。その原因をさぐることである。以上の分析を通じて、

国内石炭販売が三菱合資営業部の総合商社化過程にもった意義を検討してゆきたい。

- (1) 「明治末までの三菱合資の流通活動の主流は、社炭と社銅の販売であり……」三島康雄編『日本財閥経営史 三菱財閥』（日本経済新聞社、昭和56年）288頁。
- (2) 拙稿「第一次大戦期における三菱合資の海外支店ーロンドン支店を中心にー」（『経営史学』23巻1号、昭和63年）において、海外支店の活動に即して三菱合資営業部の総合商社化過程を検討した。また、近いうちに、「1910年代三菱合資の東アジア支店活動ー総合商社の発生過程」と題する小稿を発表する予定である。

1、店舗展開と石炭市場の構造変動

明治27年に三菱合資が設立された際、その支店は大阪・下関・若松・長崎の4個所であった。⁽¹⁾このうち下関・若松両支店は筑豊炭の、長崎支店は肥前炭の、積出と地元販売を行なう産地支店であり、消費地支店は大阪支店のみであった。このように消費地での店舗はきわめて手薄であったが、各地に代理店を定めてこれを補っていた。外国船向けの石炭売込みにはジャーディン（横浜）・ブラウン（神戸）・ハウエル（函館）などの外国商社を代理店とし、地方売には朝田又七（京浜）・高見善兵衛（神戸）・東海石炭商会（名古屋）などの石炭商⁽²⁾を代理店としていた。

その後、筑豊炭の産地市場の中心が下関から門司に移動するに従い、明治28年に下関支店は門司に移転して門司支店となった。⁽³⁾また、明治33年に相知炭坑を入手し唐津炭田に進出した際は産地店舗として唐津出張所を設け、43年に支店に昇格させた。⁽⁴⁾三菱合資は明治28年に神戸支店を設けていたが、34年に至り神戸支店は高見善兵衛から売炭事務を引き継ぎ、石炭販売を開始した。⁽⁵⁾こうして明治末期には、産地支店としては門司・若松・長崎・唐津の4支店となり、消費地支店としては大阪・神戸の2支店となった。

ところで、明治末期から大正期にかけて国内石炭市場は大きな構造変動を見せるようになった。まず、供給側の変化としては北海道の石炭生産が大きな発

展を見せるようになったことである。明治39年に鉄道国有化が実施されたが、これによって北海道の鉄道と炭坑を独占していた北海道炭礦鉄道会社は鉄道部門を国有化され、主力を炭坑に集中することになり、北海道炭礦汽船と改称した。鉄道の国有化は、それまで輸送手段を持たなかったため進出できなかった中央の大企業に北海道への進出の機会を与えた。三菱も明治42年から試掘権の設定をはじめ、44年には本社に臨時北海道調査課を設けて、本格的な北海道進出を企図したのである。そして、北海道炭を取扱う産地支店として、小樽支店⁽⁶⁾を45年に新設した。

供給側の変化は北海道での石炭生産の拡大ばかりではなかった。明治39年に設立された南満州鉄道会社は撫順炭坑の開発を進めたが、ここで生産された撫順炭が明治末から日本へ輸出され始めたのである。こうして、国内市場は従来の九州炭・宇部炭・常磐炭に新たに北海道炭と撫順炭が加わり、きわめて厳しい市場競争が展開されてゆくのである。

次に需要側の変化を見てゆくと、第一に挙げねばならないのは石炭の消費用途の変化である。この点は、従来の研究でもしばしば指摘されており、その統計も多く論者が作成している。その一つである安場保吉氏の作成した統計を表1に示した。これによれば、この30年間で石炭需要は全体として3倍以上に拡大しているが、製塩用および輸出用は実数でほとんど変化がないかまたは減少しており、構成比は大きく下落している。船舶用および鉄道用は、内国船舶の増加および鉄道路線の延長を反映して実数では大きく増加しているが、それらの増加のテンポは石炭需要全体の増加とほぼ平行であり、構成比はほぼ一定ないしは漸増となる。これらに対し、絶対数でも構成比でも大きく増加したのは工場用である。工場用石炭消費はこの30年間に実数で5倍以上に増加し、構成比は31%から53%までに上昇した。このような工場用需要の巨大な拡大は、工場における蒸気機関に使用するという動力用の使用のほかに、セメント工場などで典型的に見られる燃料用としての使用、さらにはガスやコークス

製造業に見られる原料用としての使用が加わったものである。なお、石炭業の発展がそれ自体の動力用としての石炭消費を拡大したことも付け加えておく必要があるだろう。

表 1 石炭需要高

(単位：仏トン、%)

	船舶用	鉄道用	工場用	製塩用	輸出用	合計
明治33年	2,411(28)	507(6)	2,653(31)	639(7)	2,441(28)	8,651
38	*1,997(21)	842(9)	3,776(39)	499(5)	2,548(26)	9,662
43	3,740(27)	1,335(10)	4,776(36)	742(5)	2,839(21)	13,432
大正 4	5,385(28)	1,916(10)	8,133(42)	826(4)	2,924(15)	19,184
9	6,972(25)	3,220(12)	14,695(53)	778(3)	2,147(7)	27,812

(注) *外国船舶のみ。

(出所) 安場保吉「外航海運と経済発展」(社会経済史学会編『エネルギーと経済発展』西日本文化協会、昭和54年) 225頁。原資料は『日本経済統計年鑑』『帝国統計年鑑』。

第二の変化は、第一点と関連することであるが、日本の工場立地が東京湾以西の太平洋沿岸、瀬戸内海沿岸、および九州北部等に集中して展開されたことによって、工場用石炭消費もまたこれらの地域に集中していったことである。今津健治氏によって作成された統計を表2に示したが、これによると阪神・京浜・九州などを中核とする15の工場用石炭消費主要府県が全体の4分の3を消費している。もっとも、この表は全体の2.0%以上のものしか掲出しておらず、空欄が2.0%未満のある数値である可能性がきわめて高いこと、さらに明治42年と大正3年は鉱山用石炭消費量を含んでいないから、これらも考慮すれば主要府県での石炭消費の集中はさらに高い値で表わされるはずである。この工場用石炭消費の地帯構造に加えて、安定的拡大を示している船舶用石炭消費が広い後背地をもつ主要港湾に集中していること、さらに石炭輸出が主要貿易港を中継地としていることを考慮に入れば、石炭市場の具体的な姿は阪神・京浜・北九州・尾勢・北海道南部の5ヵ所に極度に集中していたと思われる。

第三の変化は、これもまた第一点と関連するのであるが、炭種別の需要構造

表2 主要府県工場用石炭消費比率
(単位：%)

	明治36	明治42	大正3
大阪	19.4	19.5	16.4
兵庫	5.2	8.8	10.4
京都		2.7	
東京	11.0	21.2	18.1
神奈川		2.5	2.3
福岡	26.6	4.9	6.7
熊本			2.7
長崎	2.8		
愛知	5.5	5.9	5.0
静岡		2.4	
北海道		2.3	5.2
岡山		3.7	4.2
広島	2.2		
山口	2.1	2.1	2.3
長野			2.8
合計	74.8	76.0	76.1

(注) 2.0%以上のもののみ提出。空欄はそれ以下。明治42年および大正3年は鉱山用消費量を含まず。

(出所) 今津健治「明治期の工場用石炭消費量について」(秀村ら編『近代経済の歴史的基盤』ミネルヴァ書房、昭和52年) 559頁。

の変化である。第一次大戦ブームの中で重化学工業化が進展し、製紙・金属・鉄鋼・化学・窯業・電力等の石炭需要が拡大し、運輸動力用消費の伸びが停滞したことは、「低圧罐から水管式高圧罐あるいはコークス炉、セメント回転炉、平炉、加熱炉への移行を意味し、使用炭種もこれに応じて塊、切込より水洗中小塊、洗粉へ大きく転換した⁽⁷⁾」と指摘されているように、中小塊や今まで不要物とされていた粉炭が脚光を浴びるようになってきた。手元の資料では炭種別の需要動向を示した統計を入手できなかった⁽⁷⁾ので、数量的には確認で

きないが、炭種別の需要動向には大きな変化が生じたことは確かである。

このような石炭市場の構造変動に対して、三菱合資の対応の第一は、消費地への店舗の展開であった。既に述べたように、三菱の消費地店舗は阪神地域に限られており、京浜および中京地域には直营店舗を持っていなかったから、大正元年12月に東京支店および横浜・名古屋両出張所を新設した。この東京支店および横浜・名古屋両出張所は「従来朝田又七及東海石炭商会ニ取り扱ハシメタル石炭業務(を)……継承⁽⁸⁾」して、営業を開始した。こうして京浜および中京に石炭販売の拠点を築くとともに、大正2年10月に石炭会議を開催し

「一、内地売炭ニモ Cif 打切制度実施ノ件

一、扱店売炭権限拡張ノ件

一、鉄道契約ノ納地ハ可成直営地ヲ先トシ代理地ハ可成見合セノコト」⁽⁹⁾
などの点を協議した。これは石炭会議の議題であるので、決定されたかどうか、ないしは実行されたかどうかは明らかではない。しかし、消費地店舗の権限を拡大し、自由な営業活動を展開させようとした方向性のみは読み取れる。

これらの中核店舗以外にも大口の取引先がある地域には出張所を新設し、出張員を派遣するなどして、さらにキメ細かく国内販売網を整備していった。東海地方では、既に江尻に出張員を派遣していたが、半田や豊橋にも出張員を派遣し、地方売を強化した。大正3年3月には、呉と敦賀に出張所を新設した。また、北海道では小樽支店は室蘭出張所を新設し積出業務を担当させるとともに焚料炭需要を吸収しようとし、函館にも出張員を派遣し焚料炭需要に対応したのである。さらに青森にも出張員を派遣して北海道炭の販路を拡大しようとしている。こうして、第一次大戦ブームが本格化する直前には主要な石炭消費地帯への国内販売網がほぼ完成していたのである。

- (1) これらの店舗の発祥については、拙稿「初期三菱の経営組織―鉱山・炭坑業を中心として」（秀村・作道・原田・森・竹岡編『近代経済の歴史的基盤』ミネルヴァ書房、昭和52年）4 参照。
- (2) 田中完三編『立業貿易録』14頁、三菱社史刊行会編『三菱社誌』（東京大学出版会）19巻8 頁。
- (3) 前掲『三菱社誌』19巻88～89頁。
- (4) 前掲『三菱社誌』21巻1257頁。
- (5) 前掲『三菱社誌』20巻507頁。
- (6) 前掲『三菱社誌』22巻1457頁。
- (7) 有沢広巳編『現代日本産業講座Ⅲ 各論Ⅱ エネルギー産業』（岩波書店、昭和35年）236頁。
- (8) 前掲『三菱社誌』22巻1522頁、カッコ内は引用者、以下同じ。
- (9) 前掲『三菱社誌』22巻1817～1818頁、ただし抜粋。

2、消費地店舗と競争の激化

明治40年に勃発した日露戦後恐慌は本格的回復を迎えることなく、ズルズル

と続いてきたが、43年に「金利の革命」により「中間景気」が生じた。⁽¹⁾ 石炭産業も、戦後恐慌以来の不況に悩み続けていたが、44年の石炭需要が拡大する冬季を迎える10月頃から、中間景気の余慶に与かり、石炭販売は好調を示すようになってきた。筑豊炭の積出店である若松支店は「十月中ニ於ケル当港一般炭⁽²⁾ 繰ハ需要季ニ近付キタルガ為次第ニ活動ノ舞台ニ入リタルノ観アリ」と記して、この好調が季節的需要拡大に起因していると認識していたが、冬季需要が一段落した翌年6月に長崎支店は「本年度初ニ於テ英国炭坑夫同盟罷業ノ挙アリ、東洋航海ニ従事スル各国汽船ハ新嘉坡以西ニ於テ英炭ヲ得ルニ由ナク、従テ全地以東ニ於テ之レガ補充ノ必要ヲ生ズルヤ、本邦炭ハ更ナリ一般東洋炭ノ需要⁽³⁾ 頓ニ激増」、「京浜方面ニ於ケル各工場用粉炭ノ需要増化」⁽⁴⁾ と、輸出炭の好調および国内工場用需要の増加の2つの要因が石炭好況につながったと述べている。

「中間景気」は45年9月以降に瓦解するが、⁽⁵⁾ 石炭好況はこれに影響されることなく持続し、大正3年初めまで続いた。この好況は海外および国内への輸送炭を拡大させた。表3に三菱炭の各地輸送高を示したが、大正元年には国内輸送高は100万トンを超えている。特に注目すべきことは、大正2年に京浜が16%、尾勢・東海が合計して15%を占めていることである。これに阪神の32%を合せば、国内輸送高の5分の4強はこの3地域に向けられたことになる。このような状況からして、三菱が京浜地方に東京支店と横浜出張所を、東海地方に名古屋出張所を新設したのは、いわば当然とも言える。これらの店舗の新設によって、大正2年の輸送高は前年より約10万トン増加したが、特に名古屋出張所を拠点とする尾勢・東海地方への輸送炭は4万トンも増加し、比率は13%から15%へと上昇した。三菱自身が「本年一月一日ヲ以テ我社ガ従前ノ代理制度ヲ撤廃シ自営直売ノ創始ヲ発表スルヤ多年三井ノ闊歩ニ屏息シタル尾勢参遠ノ炭界ハ多大ノ好感ヲ以テ之ヲ歓迎シタルハ争フベカラザル事実ナルモノノ如シ」⁽⁶⁾ と自讃したほどであった。

表3 三菱の各地石炭輸送高

(単位：1000トン、%)

		大正元年	2	3	4	5	6	7	8	9	10
国	京 浜	246(16)	257(16)	223(15)	246(14)	350(17)	364(18)	329(21)	271(20)	222(17)	166(15)
	阪 神	452(29)	522(32)	483(32)	499(28)	689(33)	728(35)	469(31)	345(25)	355(27)	347(31)
	尾 勢	116(7)	133(8)	151(10)	200(11)	278(13)	287(14)	294(19)	201(15)	188(14)	127(11)
	東 海	98(6)	123(7)	96(6)	52(3)					71(5)	82(7)
	東 北	10(1)	9(1)	4(0)	28(2)	64(3)	89(4)	63(4)	82(6)	122(9)	65(6)
内	北 陸	31(2)	48(3)	27(2)	42(2)	78(4)	75(4)	83(6)	74(5)	63(5)	26(2)
	中国	102(7)	87(5)	138(9)	169(9)	162(7)	138(7)	94(6)	104(8)	90(7)	88(8)
	九州	29(2)	24(1)	15(1)	125(7)	122(6)	61(3)	24(2)	6(0)	23(2)	14(1)
	朝 鮮	44(3)	23(1)	19(1)	13(1)	13(1)	4(0)	5(0)	4(0)	4(0)	1(0)
	其 他	14(1)	16(1)	24(1)			2(0)		125(9)	13(1)	18(2)
国内合計		1,144(74)	1,247(76)	1,186(79)	1,380(77)	1,760(84)	1,753(85)	1,364(89)	1,217(90)	1,157(86)	939(83)
外国合計		407(26)	398(24)	320(21)	414(23)	333(16)	318(15)	169(11)	141(10)	179(14)	192(17)
総 計		1,552(100)	1,646(100)	1,506(100)	1,795(100)	2,094(100)	2,071(100)	1,533(100)	1,358(100)	1,337(100)	1,132(100)

(注) 東海は尾勢を含まず。(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

ところで、このように石炭好況が持続している中で、重要な競争条件の変化が生じつつあった。その第一は、外国炭の輸入による競争の激化である。日本炭と外国炭の競争の激化は、まず外国支店に現われ始めた。既に大正元年10月に上海支店は「日本炭ニ就テハ内地炭況活発ニシテ気構ヘ強ク幾分炭価ヲ引上げタルヲ以テ尚更商談ノ進行ヲ妨ゲタル」⁽⁷⁾と述べ、国内石炭市場の活況が外国支店の競争力の弱体化を招いていると報告していた。この日本炭の競争力の弱体化の間隙について、開平炭を代表とする中国炭が大きく伸びてきたのである。⁽⁸⁾だが、国内市場では、日本炭の主たる競争者は撫順炭であった。大正元年12月に大阪支店は「本年中又三井扱ニテ撫順粉炭三千余噸ノ輸入アリ、之レニテ本年中ノ海外炭当地輸入高ハ約二万五千余噸ニシテ内大連積出撫順炭一万八千噸、香港積出ホンゲイ炭七千噸、炭種不明ノモノ少量アリ」⁽⁹⁾と報告して、外国炭の脅威を指摘していた。

阪神市場は九州からの帆船による石炭輸送が可能であったから、運賃の点で撫順炭との競争に対抗できた。撫順炭が本格的に進出したのは、このような利

点を有しない京浜市場であった。京浜地方には地理的に非常に近い常磐炭が存在したが、この石炭は下級炭であり、用途は限られていた。従って、ここでは九州炭と北海道炭の市場となっていたが、いずれも汽船輸送を行なわねばならなかった。このため、同じく汽船輸送を行なわざる得ない撫順炭にとっては、競争条件で比較的大きな差がなかったからである。表4は、横浜港の石炭陸揚高と東京隅田川駅での鉄道による石炭着炭高を合計したものであるが、大正2年に外国炭は10%のシェアを占めるようになっていた。

表4 京浜市場石炭移入高

(単位：1000トン、%)

	九州炭	北海道炭	常磐炭	外国炭	その他	合計
大正2年	953(46)	466(22)	404(19)	203(10)	51(2)	2,079
3	762(37)	561(27)	480(23)	219(11)	53(3)	2,077
4	852(43)	477(24)	443(22)	142(7)	60(3)	1,976
5	970(43)	635(28)	455(20)	154(7)	53(2)	2,268

(注) 横浜港と隅田川駅の着炭高。

(出所) 『記事月報』より作成。

このような外国炭の進出は石炭好況にとどめを刺すことになった。大正3年2月、長崎支店は「炭況毫モ動揺ナク炭価依然トシテ底意強ク、尤モ昨年来ノ炭価暴騰ニ伴ヒ近来漸ク支那炭大輸入ヲ誘起セントスル傾向アリ、殊ニ石炭市場ノバロメータータル鉄道院用炭次年度契約ハ先月来当事者間ニ交渉開始セラレタルモ、値開キ著シキ為メ容易ニ折合付カズ、鉄道院ニ於テハ多量ノ撫順炭、開平炭輸入ヲ以テ之レニ応戦セン計画アルヤノ風評アリ⁽¹⁰⁾」と伝えていたが、翌3月「結局同院ニ於テハ撫順、開平、本溪湖炭合計約五十万噸ヲ買約シタル為・・・供給過剰ノ端緒ヲ開⁽¹¹⁾」くことになった。この結果、石炭好況はいとも簡単に崩壊し、深刻な石炭不況に転じた。三菱炭の国内輸送高も、表3に見るように、大正3年は前年に比べ京浜地方で約3万トン、阪神地方で約4万トン減少し、国内輸送高合計で約6万トン減少したのである。

国内石炭市場が沈滞した中で第一次大戦が勃発した。大正3年8月には「英

国政府ニテハ印度豪州炭輸出ヲ嚴禁シタル結果、馬尼刺新嘉坡南洋及ビ布哇方面ニオイテ本邦炭ノ輸入ヲ誘致シ・・・陸海軍御用炭急激ニ増加セル結果炭価幾分引締り⁽¹²⁾と、内外需要の増加によって石炭不況から脱出するかに思われた。しかし、「外国船ノ休航スルモノ漸ク多ク我軍事上ノ活動亦一局部ニ限ラレ豫期ノ需要ヲ見ルニ至ラズ、海外方面亦香港以南輸出制限令ノ実施ニ因リ輸出上大打撃ヲ受シカバ時局前ニ比シ炭況更ニ一段ノ沈衰ヲ来シ⁽¹³⁾」とあるように、9月中旬に日本政府がドイツ軍艦への石炭供給を絶つため香港以南への石炭輸出制限令を発布し、また日本軍の軍事行動もそれほど大規模に展開されなかった。ので、一時的な需要増加に終り、石炭不況からは脱出することができなかった。

この石炭不況のなかで競争はますます激化した。特に競争の激しい京浜市場では、表4に見るように、大正3年には北海道炭および外国炭のシェアが大きく上昇してきた。それは同時にこれらの石炭を取扱う商社のシェアが上昇することでもあった。表5は横浜港における石炭取扱業者のシェアを示したものであるが、九州炭に主力を置く三菱合資は大きくシェアを低下させている。大正

表5 横浜港石炭取扱業者

(単位：1000トン、%)

	大正2年	3	4	5
三井物産	552(31)	496(30)	479(31)	746(41)
三菱合資	355(20)	233(14)	245(16)	356(20)
古河合名	140(8)	151(9)	198(13)	158(9)
石狩石炭	142(8)	160(10)	90(6)	48(3)
大倉組	101(6)	109(7)	71(5)	74(4)
松昌洋行	42(2)	92(6)	73(5)	74(4)
東京瓦斯	67(4)	90(5)	92(6)	6(0)
松井石炭部		16(1)	76(5)	97(5)
竹内鉱業	30(2)	20(1)	30(2)	28(2)
南昌洋行		12(1)	31(2)	49(3)
加藤石炭部	39(2)	26(2)		10(1)
北炭	46(3)			
安川松本			3(0)	37(2)
浅野石炭部		9(1)	12(1)	16(1)
古田商会		2(0)	11(1)	16(1)
その他	258(14)	233(14)	115(7)	92(5)
合計	1,783(100)	1,662(100)	1,536(100)	1,818(100)

(出所) 『記事月報』より作成。

3年にシェアを伸ばしたものは、外国炭でも内国炭でも市場状況に合わせて有利なものを取り扱うことのできる大倉組・松昌洋行・南昌洋行・村井などの石炭商社か、石狩石炭のような北海道炭販売業者であり、九州炭を扱う石炭販売業者は不利になりつつあった。⁽¹⁴⁾そのため、安川松本商店のように、新たに東京に支店を設けて筑豊炭の売込みを強化するところも現われ、それがより一層競争を激化させた。

以上のような状況にたいして三菱合資が取った対応策の第一は、炭種別市場の動向に合わせてヨリきめ細かく販売活動を展開することであり、具体的には選炭工程を高度化することによって炭質を向上させるとともに、粉炭販売を拡大することであった。「昨今ハ値段ヲ安クシタル丈ニテハ中々収ラズ実ニ品質ノ問題モハ釜敷ナリタレバ唐津炭モ粉炭改良ノ必要起リ相知炭坑ニテハ逸早ク本年早々『エリオット』氏 Trough 式水洗機ヲ回轉シ岸岳炭坑ハ Jigging 式ヲ据付芳谷炭坑亦同機ヲ設計シ多久炭坑ノ如キモ一種ノ洗炭法（今ノ処塊、小塊ノ水洗）ヲ攻究スルニ至レリ」⁽¹⁵⁾（大正4年6月唐津支店）、「炭質改良ニ付根本的研究ヲナサントシ、先ズ金田五尺粉炭、鯉田粉炭ノ水洗試験ヲナシ其ノ結果ニヨリ漸次他炭ニ及ボスノ計画」⁽¹⁶⁾（大正4年8月門司支店）、「豫テ計画中ナリシ大夕張粉炭水洗機過般一台山元ニ据付ヲ了シ此ノ程運転開始ノ運ビ」⁽¹⁷⁾（大正4年9月小樽支店）というように、肥前炭、筑豊炭、北海道炭のいずれも選炭工程の高度化を計っている。

しかし、「洗粉ノミハ精粉ト竝ビ不景氣知ラズノ吐行ニテ往々ニシテ炭繰難ヲ訴ヘントスルノ有様ナリ」⁽¹⁸⁾というような状況もあれば、「粉炭亦従来ノ声価アリテ尚新規販路ノ開拓容易ナラズ約定多クハ小口ニ過ギザルハ遺憾ナリ」⁽¹⁹⁾というような場合もあり、必ずしも安定的な市場を見出したわけでもなかった。そもそも、石炭は米と同様に、需要量は一定時点ではきわめて安定している商品であるが、価格弾力性が低く、低価格でも需要量がそれほど増大するわけでもなく、また高価格でも需要量がそれほど減退するものでもなかった。従って、

需要超過が多少でも生ずれば価格は急激に上昇し、供給超過が多少でも生ずれば価格は急激に下落するというような、不安定な商品であった。⁽²⁾従って、炭質の向上とその結果としての粉炭生産の増大によってのみこの石炭不況を乗り切れるものではなかった。

石炭不況にたいして三菱が取った第二の対応策は、外国炭の取扱による石炭商社化への道であった。この頃から三菱は無順炭の取扱を始めた。しかし、その実績は、表6に見るように、大正2年には多少の実績を収めたものの、それ以後は減少の一途をたどり、きわめて微々たるものに止まった。このように低い取扱高にとどまったのは、三井物産が南満州鉄道と委託販売契約を締結し、商権を築いていたからであった。既に、明治41年に三井物産は「我社ハ一手販

表6 京浜市場における三菱の無順炭取扱高
(単位：1000トン)

	東京支店	横浜出張所	合計
大正2年	25	3	28
3	12	2	15
4	4	0.5	4
5	3	1	4
6	0.2	0.6	0.9
7	1	1	3
8	6	0.4	6
9	6		6
11	17		17

(注) 大正7年以降は社外炭と表示されている。

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

売ノ特権ナキモ、實際ニ於テハ殆ト我社ノ手ヲ経ツムアレハ、今ノ間ニ益々其根底ヲ固クセン⁽²¹⁾」と無順炭の取扱に大きく力を入れ、大正3年には63万トンの取扱高を示していた。このように三井物産が大きな勢力を築いていた無順炭の取扱に三菱が食い込むことは容易ではなかった。いわば、手遅れとも言ってよいであろう。

(1) 高村直助『日本資本主義史論』（ミネルヴァ書房、昭和55年）200頁。

(2) 『記事月報』5号55頁。

(3) 『記事月報』13号42頁。

(4) 『記事月報』13号43頁。

(5) 前掲『日本資本主義史論』201頁。

(6) 前掲『三菱社誌』22巻1926～1927頁。

(7) 『記事月報』17巻62頁。

- (8) 東アジア市場における日本炭と中国炭の競争の激化については、拙稿「1910年代における三菱合資の東アジア支店活動」を参照のこと。本稿ではこれ以上外国支店については検討しない。
- (9) 『記事月報』19巻68頁。
- (10) 『記事月報』33巻51頁。
- (11) 『記事月報』34巻51頁。
- (12) 『記事月報』39号51頁。
- (13) 前掲『三菱社誌』23巻2326～2327頁。
- (14) 古河合名がシェアを伸ばしているが、何に起因するか不明である。
- (15) 『記事月報』49号30頁。
- (16) 『記事月報』51号14頁。
- (17) 『記事月報』52号24頁。
- (18) 『記事月報』49号30～31頁。
- (19) 『記事月報』51号4頁。
- (20) この点に関しては、隅谷三喜男『日本石炭産業分析』（岩波書店、昭和43年）444頁を参照のこと。
- (21) 『支店長諮問会議事録』明治41年物産197-7、164。山下直登「日本帝国主義成立期の東アジア石炭市場と三井物産」（社会経済史学会編『エネルギーと経済発展』西日本文化協会、昭和54年）292頁より引用。

3、大戦ブームと産地市場の拡大

大正4年10月頃から「炭界回復ノ曙光」⁽¹⁾が現われ始め、そのまま大戦ブームへと突入した。この石炭市場の回復を門司支店は次のように分析した。「（一）先ヅ供給ノ側ニ付テ見ルニ各坑主ハ炭況ノ前途ヲ慮リテ依然採炭制限ノ手ヲ緩メズ・・・加之昨年来打続ケル斯界ノ不況ハ泡沫小炭坑ヲ駆テ殆ンド大部分休業ノ止ムナキニ立至ラシメ自然ニ供給上ノ制限ヲナシタル・・・（二）次ニ需要方面ヲ見ルニ欧州軍需品ノ注文支那及ビ南洋貿易ノ恢復等ハ或一二ノ例外ヲ除キ内地諸工業上ニ一般的好影響ヲ齎シ漸次需要ノ増加ヲ来シ・・・一方海外方面ニ於テモ最近銀相場ノ騰貴ハ海運界ノ禁止的運賃ヲ乗り越ヘテ漸次輸出炭上ニモ活況ヲ呈シツムアリ、加之英炭竝ニ豪州炭ハ今尚輸出禁止ノ状態ニアリテ南洋印度方面ノ大口需要ノ引合ハ時々斯界ノ興奮剤トナリツムアリ、（三）海運界

ノ盛況ハ殆ンド言語ニ絶シ・・・暴騰セル運賃ハ自然炭価ニ加算セラレ消費者側ノ負担トナラザルヲ得ザルニ至レリ」⁽²⁾。即ち、供給制限、国内および海外の需要回復、海上運賃の上昇の3点に求めている。

まず、供給側の状況から見れば、ここに指摘されているように炭坑業者の採炭制限は石炭市場の回復にもかかわらず続行された。筑豊石炭鉱業組合は石炭不況に陥った大正3年6月に初めて1割出炭制限を実施した。この出炭制限は大正4年1月には2割制限へと高められ、同年末まで延長されていた。この頃から石炭市況は回復し始めたが、翌5年1月に「従来ノ例ヲ見ルニ少シク景気回復ニ向フヤ直ニ出炭高ノ激増ヲ来シテ折角挽回ノ機運ニ向ヘルモノヲシテ再ビ逆転セシメタルコト少シトセズ、茲ニ於テ筑豊鉱業組合ニテハ本年中モ前年同様ニ割採炭制限ヲ実施スルコトニ決議」⁽³⁾したのである。このため、大戦ブームによる需要急増と相まって、各地の貯炭は減少し、炭繰に困難を感じるようになった。同年5月には「筑豊鉱業組合ニ於テハ今回遂ニ従来ノ採炭ニ割制限ヲ来ル七月一日ヨリ半減シテ一割制限トナスコトニ協議一決シタリ」⁽⁴⁾としたものの、供給過剰となることは注意深く避けられた。同年9月になり「筑豊各炭坑ニ於テハ十月限り採炭制限ヲ撤廃スルコトニ決シ極力出炭ノ増加ニ努メ居ルモ坑夫ノ募集難其ノ極ニ達シ各坑主ハ徒ニ其ノ奪合ノミニ傾注シ出炭増加ハ愚カ却テ本春頃ニ比シ（貯炭高が）稍減少スルノ奇観ヲ呈スル」⁽⁵⁾というように、この頃には鉱夫の募集難から、出炭制限の有無にかかわらず供給不足は続いたのである。

ところで、海上運賃の上昇は、さきに引用したように、一時的には石炭価格に転嫁され、石炭ブームに拍車をかけたが、長期的には重大な影響を与えることになった。その一は、海上運賃の上昇によって輸出がきわめて不利になったことである。表1をみても、輸出は大正4年まではトン数で増加しているが、9年には減少している。また、表3の三菱炭の海外輸送高を見ると、外国輸送高のピークは大正4年であり、以後8年に至るまで一貫して減少する。しかし、

この輸出の減少は、次の事情によって石炭ブームに水を差すものではなかった。即ち、その二として、海上運賃の上昇が外国炭の輸入を事実上禁止に近い状態に追い込んでしまったことである。このため、国内市場はほぼ日本炭が独占することができ、これが供給不足に拍車をかけて、大正5年末頃からの石炭価格の急激な上昇に帰結するのである。

しかし、いっそうの海運ブームの昂まりは、海上運賃の限度を越えた上昇とともに、船腹不足をももたらした。このため、国内消費市場への輸送すら困難となった。表3の石炭輸送高を見ると、国内輸送高は大正5年がピークとなり、翌6年は微減、そして7年以降は一貫して減少してゆく。このような消費地市場への輸送高の減少に取って代わって登場するものが産地市場である。表7は⁽⁶⁾三菱炭の市場を示したもののだが、合計の数値で見ると、大正4年から5年にか

表7 三菱炭払出高

(単位：1000トン、%)

		外国輸送炭	内地移送炭	外国焚料炭	内国焚料炭	土地売炭	その他	合計
筑豊炭	大正元年	355(19)	879(48)	97(5)	162(9)	342(19)		1,836
	2	385(19)	910(45)	100(5)	206(10)	400(20)		2,004
	3	309(17)	874(47)	78(4)	206(11)	381(21)		1,851
	5	190(11)	819(47)	64(4)	270(16)	400(23)		1,745
	6	172(10)	801(46)	51(3)	196(11)	513(30)		1,735
肥前炭	大正元年	310(24)	388(30)	194(15)	99(8)	215(16)	97(7)	1,305
	2	316(22)	385(27)	262(19)	135(10)	150(11)	163(12)	1,412
	3	296(22)	518(38)	235(17)	160(12)	166(12)		1,377
	5	140(9)	731(46)	194(12)	174(11)	355(22)		1,595
	6	144(10)	695(46)	164(11)	161(11)	334(23)		1,499
北海道炭	大正元年		9(52)		5(30)	2(16)		18
	2		36(41)	8(10)	37(42)	6(8)		88
	3		35(43)	5(6)	38(46)	4(5)		83
	5		209(46)	16(4)	119(26)	111(24)		458
	6	1(0)	256(48)	23(4)	118(22)	133(25)		532
合計	大正元年	665(21)	1,277(40)	291(9)	267(8)	560(18)	97(3)	3,160
	2	701(20)	1,331(38)	371(11)	379(11)	557(16)	165(5)	3,506
	3	606(18)	1,428(43)	319(10)	405(12)	552(17)		3,312
	4	557(17)	1,326(42)	199(6)	532(17)	577(18)		3,192
	5	331(9)	1,759(46)	276(7)	564(15)	867(23)		3,799
	6	317(8)	1,753(47)	238(6)	476(13)	981(26)		3,767

(出所) 『三菱合資会社年報』および『三菱社誌』より作成。

けて内地移送炭・焚料炭の増加とともに土地売炭が大きく増加していることが読み取れる。即ち、内地移送炭の減少に先だって土地売炭が増加し始めているのである。

手持ちの資料からは土地売炭の増加の全貌を解明することはできないが、土地売炭が増加する転換点である大正4～5年についてのみ部分的に判明するので、これを表8～12に示した。まず、肥前炭から検討していく。肥前炭の積出店である長崎支店を表8⁽⁷⁾で見ると、輸送炭の減少は始まっていないが、焚料炭が減少し、土地売炭が増加している。この土地売炭の増加は長崎造船所や日本練炭などの工場への販売の増加と、松村のような石炭商社の進出によるものであった。同じく肥前炭の積出店である唐津支店を表9で見ると、輸送炭・焚料炭共に減少し、土地売炭のみが増加している。この土地売炭の対象は、唐津が未だ目立った工業もないこともあって、石炭商社への販売の増加が目立つ。

表8 長崎支店払出内訳

(単位：1000トン、%)

	大正2年	3	5
輸送炭	263(45)	269(43)	351(46)
焚料炭	260(44)	278(44)	252(33)
土地売炭	64(11)	84(13)	157(21)
三菱造船	26	35	38
高島炭坑	23	25	12
山下コークス	4	3	4
鉄道院		4	
海軍省		11	
日本煉炭			26
松村合名			21
その他	10	4	53
合計	588(100)	632(100)	761(100)

(注) 大正2年と3年は崎戸炭および鹿町炭は輸送炭に含めた。

(出所) 『記事月報』より作成。

表9 唐津支店払出内訳

(単位：1000トン、%)

	大正2年	3	4	5
輸送炭	633(73)	594(75)	516(69)	513(63)
焚料炭	137(16)	112(14)	116(16)	109(13)
土地売炭	77(9)	83(11)	111(15)	197(24)
松村合名	45	49	27	25
岩城商会	1			
竹内鉱業	26	26	4	
宮島商会	1			
唐津石炭	1	2		
三井物産		1		27
川副商会		1		
マドリソナル			51	92
マコンドレー			19	35
その他	2	1	8	16
合計	862(100)	790(100)	744(100)	820(100)

(出所) 『記事月報』より作成。

次に筑豊炭の状況を検討しよう。筑豊炭の積出店である若松支店(表10)では、輸送炭が減少し、焚料炭と土地売炭が増加している。土地売炭の増加は、

長崎支店と同様に、製鉄所・三菱製紙などの工場への販売の増加と、三井物産のような石炭商社への販売の増加によるものである。もう一つの筑豊炭の積出店である門司支店（表11）では、取扱炭の数量が減少していることもあって、絶対額では全て減少しているが、相対的には輸送炭の減少、焚料炭・土地売炭の増加が見られる。土地売炭の相対的増加は、大日本精糖のような工場、日本郵船のような海運会社、九州電燈鉄道のような鉄道会社への販売が増加したためである。

表10 若松支店払出内訳

(単位：1000トン、%)

	大正4年	5
輸送炭	1,049(76)	922(68)
焚料炭	50(4)	132(10)
土地売炭	272(20)	292(22)
土地売炭内訳		
日本郵船	24	3
大阪商船	75	21
製鉄所	54	75
旭硝子牧山	25	26
牧山骸炭製造所	5	8
三菱製紙	10	29
三井物産	7	25
その他	68	102
合計	1,372(100)	1,346(100)

(出所) 『記事月報』より作成。

表11 門司支店払出内訳

(単位：1000トン、%)

	大正4年	5
輸送炭	146(31)	95(24)
焚料炭	178(38)	170(42)
土地売炭	143(30)	137(34)
土地売炭内訳		
彦島造船所	3	2
鉄道院	94	79
大日本精糖	4	10
九州電燈鉄道		4
日本郵船		10
その他	42	29
合計	469(100)	403(100)

(出所) 『記事月報』より作成。

最後に、北海道炭の元扱店である小樽支店を表12で検討しよう。小樽支店の取扱高は、この2年で全体として約2倍に増加していることもあって、絶対額では全て増加しているが、相対的には焚料炭が比重を低下させ、輸送炭と土地売炭が地位を高めている。そしてこの土地売炭の増加は、鉄道院への納入の増加以外はすべて鉱工業への販売の増加によっている。

こうして、各支店はその立地条件によって様々なバラエティを見せつつも、全体として見れば、産地における工業化の進展によって土地売炭を増加させたといってよいであろう。これらの表には、炭坑の自家消費分が含まれていない

表12 小樽支店払出内訳

(単位：1000トン、%)

		大正4年	5
輸送炭		80(36)	209(46)
焚料炭		95(42)	131(29)
土地売炭		47(21)	114(25)
土地 売炭 内 訳	鉄道院	13	48
	富士製紙	6	19
	石炭販売		1
	釜石鉱山		12
	新潟運送		4
	王子製紙		2
	浅野セメント		1
	日本化学紙料		1
	帝国海軍		2
	その他	27	19
合計		224(100)	454(100)

(出所) 『記事月報』より作成。

から、もしこれを加えれば、産地における石炭消費の比重はもっと大きいと考へても妥当であろう。つまり、大戦ブームによる日本の工業化が、京浜・阪神・中京のみならず、北海道南部・北九州をも工業地帯へと変貌させたことの結果が、産地市場の拡大の内容なのである。

さきに指摘したように、外国輸送高は大戦ブームに入ろうとする大正4年から、内国移送高は戦後ブームに入る大正7年から一貫して減少し続ける。

産地市場の拡大は、この減少分の受皿となった。元扱店払出高を示した表13を見てみよう。この表では焚料炭と土地売炭の区別がなされておらず、輸送高と土地売炭の2種にのみ分類されている。ここでいう土地売炭とは産地での焚料炭供給と産地での石炭販売を含み、輸送高とは外国輸送高と内国移送高を含むものと考えられる⁽⁸⁾。つまり、土地売炭とは産地での石炭引渡高を、輸送高とは産地以外への石炭引渡高を示しているものと考えられる。まず、総計で見ると輸送高は大正4年以後減少し続け、7年に土地売炭と逆転している。その後も輸送高は減少し続け、10年にはピーク時の約4割に過ぎない80万トンにまで減少した。この輸送炭の減少傾向は筑豊炭で特に著しく、大正10年には実数で2万トンにまで減少し、比率ではわずか2%を占めるに過ぎないものにまで転落しているのである。肥前炭は、輸送炭の減少は筑豊炭ほど急激ではないが、大正5年をピークとして減少し始め、8年には土地売炭と逆転している。北海道炭は、開発途上ということもあって、比率ではむしろ土地売炭が減少し輸送炭の比重が上昇してゆくが、それでも大正10年には輸送高の実数は減少に転じて

表13 元扱店払出高

(単位：1000トン、%)

		大正4年	5	6	7	8	9	10
筑豊炭	輸送高	960(59)	1,015(58)	972(56)	624(41)	517(35)	425(31)	22(2)
	土地売炭	676(41)	728(42)	751(44)	898(59)	953(65)	942(69)	1,112(98)
	合計	1,636(100)	1,743(100)	1,723(100)	1,522(100)	1,470(100)	1,367(100)	1,134(100)
肥前炭	輸送高	778(58)	864(55)	837(56)	745(51)	595(44)	641(47)	498(47)
	土地売炭	572(42)	714(45)	658(44)	708(49)	751(56)	710(53)	556(53)
	合計	1,350(100)	1,578(100)	1,495(100)	1,453(100)	1,346(100)	1,351(100)	1,054(100)
北海炭	輸送高	49(24)	206(46)	255(52)	240(42)	355(50)	400(56)	284(57)
	土地売炭	155(76)	242(54)	272(48)	338(58)	348(50)	314(44)	217(43)
	合計	204(100)	448(100)	527(100)	578(100)	703(100)	714(100)	501(100)
総計	輸送高	1,794(56)	2,093(55)	2,070(55)	1,616(45)	1,472(42)	1,466(43)	804(30)
	土地売炭	1,411(44)	1,694(45)	1,689(45)	1,951(55)	2,062(58)	1,966(57)	1,885(70)
	合計	3,205(100)	3,787(100)	3,759(100)	3,567(100)	3,534(100)	3,432(100)	2,689(100)

(注) 転送高および欠減を含まず。大正10年は1月から10月まで。

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

いる。こうして、土地売炭の拡大と輸送炭の減少という傾向は戦後恐慌に入
た時期に定着していくのである。

産地市場の拡大による土地売炭の増加と同時に、輸送仕向地の地理構造も大
きく変化した。これが最も鮮明に現われるのが、筑豊炭である。表14⁽⁹⁾の筑豊炭
の仕向地を見ると、大正初期には国内移送高の約半数が阪神へと輸送され、残
る半数が京浜・尾勢・中国へ向けられていたのに対し、大正10年になると京浜
地方への輸送は激減して阪神・尾勢・中国の3地域にのみ限定されてしまう。
肥前炭も筑豊炭とほぼ同様で、表15に見るように、大正初年には京浜・阪神・
東海・その他に分散していたものが、大正10年には京浜地方向けが減少し阪神・
尾勢地方に集中していく。これらに対して北海道炭は(表16)京浜地方への輸
送が大きく増加し、大正7年に45%と比重の上でのピークを示す。しかし、そ
れ以後は京浜地方への輸送も減少し、それに代わって仕向地として東北・北陸
の地位が大きく高まった。こうして大正末には、九州炭は尾勢を東限となし、
北海道炭は東海地方を西限とするような地理構造を定着させたといえる。⁽¹⁰⁾

表14 筑豊炭の各地輸送高

(単位：1000トン、%)

	大正元年	4	7	10
京浜	115(11)	84(9)	57(9)	20(4)
阪神	348(34)	405(42)	350(56)	229(51)
その他関西	14(1)			
尾勢	95(9)	112(12)	74(12)	57(13)
その他東海		5(1)		
北陸	7(1)	2(0)		
中国	74(7)	104(11)	70(11)	67(15)
四国				
朝鮮	44(4)	13(1)	2(0)	1(0)
国内合計	701(68)	728(76)	555(89)	377(85)
外国合計	323(32)	233(24)	70(11)	68(15)
輸送炭総計	1,025(100)	962(100)	625(100)	445(100)

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

表15 肥前炭の各地輸送高

(単位：1000トン、%)

	大正元年	4	7	10
京浜	126(24)	146(19)	161(24)	58(15)
阪神	103(20)	93(12)	119(18)	102(26)
その他関西				
尾勢	21(4)	85(11)	183(28)	65(16)
その他東海	98(19)	46(6)		
東北	10(2)			
北陸	23(4)	39(5)	54(8)	4(1)
中国	27(5)	64(8)	22(3)	20(5)
四国				
九州	29(6)	125(16)	24(4)	14(4)
その他不明				13(3)
国内合計	443(84)	604(77)	566(85)	280(70)
外国合計	84(16)	177(23)	98(15)	120(30)
輸送炭総計	527(100)	781(100)	665(100)	400(100)

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

表16 北海道炭の各地輸送高

(単位：1000トン、%)

	大正元年	4	7	10
京浜	1(20)	15(29)	110(45)	86(30)
阪神				15(5)
その他関西				
尾勢		2(4)	35(15)	4(1)
その他東海				82(28)
東北	3(60)	28(55)	63(26)	65(23)
北陸			28(12)	22(8)
朝鮮			2(1)	
その他不明				7(1)
国内合計	5(100)	48(94)	242(100)	281(99)
外国合計		3(6)		4(1)
輸送炭総計	5(100)	51(100)	242(100)	286(100)

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

もともと、石炭は販売市場が地域的に限定される傾向が大きい商品であるが、⁽¹¹⁾明治末から大正初期にかけて国内市場はかなり流動的になっていた。しかし、大戦ブームを画期とする石炭産業の輸入産業化のなかで、再び販売市場の地理的限定性が高まったものといえよう。このことは、三菱のような国内市場の流動性の高まりに対応して全国的に販売網を形成した石炭販売部門の有利性を消滅させるものであった。つまり、主要石炭消費地帯に販売拠点を持っている場合、各地の石炭市況の状況に応じて最も有利な産地から仕入れ、もっとも有利な市場で販売するという活動が可能であったところに、特定地域にしか販売しえないような小石炭商と比較しての有利性があったのである。ところが、各地の石炭の販売市場が地理的に限定されればされるほど、特定市場と密着した小石炭商に対する比較優位は消滅してしまう。それは、つまるところ、石炭販売における低マージン化に帰結することになる。戦後反動恐慌以後、三菱の石炭販売はいちじるしく困難になるが、その原因として通常挙げられる競争激化という要因とともに、石炭市場の地理的限定性の高まりによるところの比較優位の消滅を付け加える必要があると考えられる。

- (1) 『記事月報』53号15頁。
- (2) 『記事月報』54号14頁。
- (3) 『記事月報』56号14頁。
- (4) 『記事月報』60号14頁。
- (5) 『記事月報』64号13頁。
- (6) この表は表3と整合してはいない。大正5～7年の数値はほぼ対応するが、それ以前は全くといってよいほど異なる。この理由は不明である。
- (7) 9から12までの表では炭坑の自家消費分は含まれていないのに対し、表8では高島炭坑が登場する。この理由も不明である。ここでは炭礦の自家消費分でなく、高島における生活用燃料としての販売高を示しているのかもしれない。
- (8) 大正7年以降は表13の輸送高は表3とほぼ対応している。また、大正5年以後は以上の解釈で表7とほぼ整合する。
- (9) 表14は表13と大正9年以後大きく食い違う。また、表15も大正7年以後食い違いが大きくなる。この理由も不明である。若干の推測を加えれば、表13ではFOBで

あろうと CIF であろうと産地で売買契約を結んだものはすべて土地売炭として処理し、表14・15では産地で契約されたもののうちCIF契約のものを輸送炭に含めたものではなかろうか。

- (10) 石炭販売カルテルが地方ごとに結成されるのもこれによる。松尾純広「日本における石炭独占組織の成立」(『社会経済史学』50巻4号、昭和59年)57頁参照。
- (11) 前掲『日本石炭産業分析』448頁参照のこと。

4、反動恐慌と社外炭取扱の激減

大戦ブーム期に、産地市場の拡大とともに生じたもう一つの大きな変化は、社外炭取扱の大きな減少である。表17に三菱の石炭受入高を示したが、社外炭の受入は大正4年に93万トンとなり、全体の30%を占めていた。ところが、この年をピークにしてその後一貫して減少し、10年にはわずか9万トンとなり、全体に占める比重も3%に過ぎないものに転落したのである。

この社外炭受入の減少は、筑豊炭にまず現われた。それまで筑豊炭の社外炭受入は30～40万トン台を安定して保っていたが、大正3年をピークにして減少

表17 元扱店石炭受入高

(単位：1000トン、%)

	社 炭				社 外 炭				委託炭	合 計
	筑豊炭	肥前炭	北海道炭	小計	筑豊炭	肥前炭	北海道炭	小計	肥前炭	
大正元年	1,420(48)	873(30)		2,322(79)	335(11)	86(3)	28(1)	423(14)	185(6)	2,932
2	1,375(42)	1,068(32)		2,444(74)	460(14)	166(5)	85(3)	713(22)	141(4)	3,299
3	1,350(43)	976(31)		2,328(74)	464(15)	222(7)	114(4)	804(26)		3,132
4	1,185(38)	915(29)	74(2)	2,179(70)	390(13)	390(13)	145(5)	930(30)		3,109
5	1,319(37)	1,009(28)	357(10)	2,689(75)	355(10)	236(7)	52(1)	647(18)	269(7)	3,605
6	1,281(35)	1,036(28)	448(12)	2,769(75)	375(10)	185(5)	68(2)	633(17)	266(7)	3,668
7	1,209(34)	1,041(29)	519(15)	2,774(78)	315(9)	188(5)	63(2)	566(16)	238(7)	3,578
8	1,255(34)	997(27)	667(18)	2,923(79)	293(8)	203(5)	69(2)	570(15)	225(6)	3,718
9	1,230(34)	935(26)	757(21)	2,922(82)	157(4)	209(6)	24(1)	390(11)	256(7)	3,568
10	1,006(39)	767(30)	450(17)	2,223(86)	74(3)	105(4)	7(0)	186(7)	165(6)	2,574
11	1,312(40)	787(24)	701(22)	2,802(86)	41(1)	44(1)	9(0)	95(3)	355(11)	3,254
12	1,339(40)	734(22)	774(23)	2,848(85)	86(3)	60(2)	12(0)	160(5)	347(10)	3,356

(注) 大正元年の小樽支店の社炭受け入れは引き継ぎならびに着炭。大正4年以降は買入高のみで転送受入および過剰を含まず。大正10年以降は買入高および委託高を合計。大正10・11年は1月から10月まで。大正12年は11年11月より12年10月まで。原資料では北海道炭の大正元年は社炭とあるが、この時期には社内炭坑がないため社外炭とした。

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

に転じ、反動恐慌に突入した9年には前年に比べて半減し、翌年はさらに半減し、ボトムとなった11年にはピーク時の10分の1以下になった。肥前炭は、大正元年には社外炭の受入はそれほど多くなかったが、3年から4年にかけて大きく増加し、4年には39万トンまで増加した。しかし、この年をピークにして以後減少を続け、10年に急減した。北海道炭はやや複雑である。北海道では大正4年までは社内炭坑が存在しなかった。従って、これ以前はすべて社外炭のみを取り扱っていた。ところが、4年に美唄・大夕張炭坑を買収し、それまでの社外炭が社炭となったため、社外炭受入は減少した。しかし、それでも年間5～6万トンの社外炭を受入れていたが、9年に急減し、翌10年は7000トンとボトムとなった。このように、北海道炭においても社外炭の急減という現象が確認される。

石炭取引においては、定期約定契約という形態を取るのが通常である。これは、例えば「何ヵ月何万トン但しトン当たり何円」という契約であり、実際の石炭の引渡しはこの期間内に何回かに分割して行なわれる。この間に石炭市況が変動しても約定通りの価格で取引されるし、また何らかの事情で貯炭が枯渇し引渡すべき石炭が不足しても契約は実行されねばならないものである。従って、販売側において引渡すべき石炭が不足した場合は、たとえ約定した販売価格より高くとも不足分を市場から買入れねばならない義務を持つものであった。このような事情から、社外炭の取引は石炭販売会社にとって不可欠のものであった。三菱においても、「長崎支店ノ依頼ニ応ジ門司支店ニ於テ社外炭小松ヶ浦塊炭及起行切込炭貳千五百噸ヲ買入ル」⁽¹⁾（明治30年8月）などの記事が見られるが、このようなスポット的な取引は補充炭の意義をもつと見てよいであろう。

しかし、社外炭の受入は以上のような補充炭としての意義しか持たないものではない。それはさらに進行して、炭坑系列化に至る。有力な石炭販売会社は、その強力な販売網をテコとし、時には前貸金融などの資金力を併用して、中小炭坑を系列下に収めた。この典型が三井物産である。三井物産は明治30年代に

三池炭中心主義を転換し、筑豊炭の取扱を強化し始めた。この際、三井は田川・山野両炭坑を入手するとともに、貝島・麻生・杵島・松島等の炭坑を支配化に収めたのである。⁽²⁾ このため、三井物産の社外炭取扱高は急激に増加し、大正2年下期には取扱額は1603万円に達して、社炭取扱額1596万円を凌駕するまでに⁽³⁾ なっていた。

三菱の場合、明治35年に久良知炭の一手買切をするなど、若干の事例はあるが、炭坑系列化の動きが本格化するのはいかなり遅れる。通常、炭坑系列化に関する研究は、「資金前貸一手販売」のみに注意の焦点が当てられ、生産企業に対する流通企業の前期的支配という論点で分析されているが、このような金融的支配以前に消費地における強力な販売力を前提にして炭坑系列化が進展するのであって、販売機構の確立という条件を欠如した炭坑系列化はその根拠を持たない。⁽⁴⁾ 既に述べたように、三菱は消費地市場における店舗はかなり遅れて、海外市場では明治39年に香港・上海支店の設置、国内市場では大正2年に東京支店、横浜・名古屋出張所の新設など、明治末から大正初期に展開されたから、炭坑系列化もまたこのころから本格化することになる。

明治44年、三菱は九州炭礦汽船会社に100万円を貸付け、崎戸炭の委託販売契約を結んだのを手始めに、堀川炭（明治45年）、堀炭（大正2年）、多久炭（4年）、赤松炭（5年）、沢山炭（6年）、伊万里炭（7年）など、炭坑系列化を急進展させた。また、海外でもマケオ炭（4年）、スイフン炭（6年）などを系列化した。⁽⁵⁾ もっとも、北海道炭に対する一手販売は明治44年の大夕張炭から開始されるが、これは北海道における探鉱による新規開坑と並ぶ炭坑開発の一手段として取られたものであって、九州炭の場合のような消費地における販売力の強化を前提とした炭坑系列化とは区別して考えねばならない。

特に、大正4年末から始まった石炭好況の時期には、系列炭と共に補充炭の受入も大きく拡大した。例えば、大正5年1月に小樽支店が「一月中ノ受入高ハ新年ニ際シ山許休業ノ多カリシニ不拘・・・是レ迄ノ『レコード』ナリシ去

ルー二月中ノ受入数量ニ比シ一千噸ノ増加ヲ示セリ、是レ美唄炭ノ著シク出炭増加セント補充炭トシテ買入レタル奔別其他雜炭ノ降炭多カリシニ帰因ス⁽⁶⁾」と報告したように、石炭好況による貯炭減少を補充炭の買入れで対応したのである。特に、筑豊炭の場合、既に述べたように出炭制限が実施されており、その上大正3年の方城炭坑大爆発の影響で社炭の拡大は限界があったから、補充炭の買入れはヨリ一層活発となった。2割出炭制限が実施されていた大正5年2月に門司支店は「一方鯉田、新入、金田等ノ出炭増加ヲ計画シ他方格好買入炭ヲ物色シ漸次売炭拡張ノ方針ニ転⁽⁷⁾」じ、「五月ニ入り角石切、芳雄鑛、熊田塊、笠松塊、峯地赤切、大峯二坑切、風三尺粉炭等ノ新規買約ヲナシテ只管炭繰緩和ニ力⁽⁸⁾」めたのである。

このような補充炭の買入増加に対応して、「炭坑不況時ニ際シ経営難ノ為メ採掘休止ヲナシタル小炭坑ガ二三ヶ月前ヨリ弗々採掘ヲ開始シ且ツ新坑ノ開鑿ヲナシタルモノ増加⁽⁹⁾」と、中小炭坑の出炭は増加していった。しかし、大戦ブームの本格化はこのような出炭増加をはるかに越える需要を生み出したから、やがて供給上の限界に達し、補充炭買入れもきわめて困難になった。早くも大正5年9月に、門司支店は「補充炭買入ニ極力腐心セルモ適當炭ヲ得ル能ハズ・・・而モ是等買入炭ハ非常ナル昂騰ヲ告ゲ目下継続買入交渉中ナル岩崎炭ノ如キ突飛ナル高値ヲ吹キ殆ド寄付ケザル有様ニシテ当方ニ於テ売約交渉中ノ同炭 offer⁽¹⁰⁾ハ遂ニ一時撤回」⁽¹⁰⁾と報じていた。

社外炭の供給上の限界は社外炭取引の上限を画すことであっても、社外炭取引の減少を説明するものではない。それでは、なぜ社外炭取引は減少していったのであろうか。その理由の第一は、大戦ブームの中で中小炭坑の系列化がいっそう進展して、大炭坑による中小炭坑の吸収が行なわれたことである。例えば、大正5年8月に小樽支店は「文球炭鉱及ビ奔別炭鉱等ノ本道二流ノ炭山ガ今回比較的有力者タル釜石田中製鉄所及ビ山下等ノ手ニ夫々買取セラレタル結果此種補充炭ノ買入ハ益困難トナリ⁽¹¹⁾」と報じていた。このような中小炭鉱の買取は

社外炭取引を減少させた。例えば、「長崎支店ニ於テ巖木及川頭炭坑主沢山熊次郎ニ貸金ヲ為シ同炭坑産出炭一手販売ヲ為シ来リシガ右炭坑ノ住友ニ売渡サレシヲ機トシ・・・其一手販売契約ヲ解消ス⁽¹²⁾」という記事に見られるように、傘下の炭坑が三菱以外の企業へ買収されることによって、系列が解消されるような場合も生じていた。これに対応して、三菱においても、北海道では美唄炭坑や大夕張炭坑、九州では芳谷炭坑などを買収していったが、それはまた社外炭が社炭に転換することでもあった。このように、炭坑系列化や吸収合併が社外炭市場を大きく狭めたことが挙げられる。

第二は、中小炭坑の経営の不安定性である。「一般炭界好況ニ向フヤ極小規模ノ稼業俗ニ狸堀ト称スル小炭坑簇出スルヲ常トセリ昨今ニ至リ不況時代ニ一時中止セルモノノ採掘ヲ復旧セルモノ及ビ新規開坑ノモノヲ合シテ其ノ数二十余坑ニ及ベリ⁽¹³⁾」とあるように、弱小炭坑は好況時には生産を増加させるが、不況時には採掘を休止するのを常とした。このような状態であったから、大戦ブームが終了した反動恐慌以後にこれら弱小炭坑が採掘を休止していったであろうことは容易に理解できる。三菱の社外炭取引が大正9年以降急減するのは、そもそも買い入れるべき対象たる弱小炭坑の採掘休止のためであると考えられる。

第三に、大正期に大炭坑が石炭商社を経由しない直売へと転換していったことも加える必要があるだろう。表18～20は肥前炭・筑豊炭・北海道炭の大正4年と5年の受入高を表わしたものである。⁽¹⁴⁾ 肥前炭から見てゆくと、社外炭受入が大正5年には増加しているが、その内訳を見るとほとんどが系列炭である。注目すべきは、表19に示した筑豊炭の受入動向である。ここでは社外炭のなかに明治（安川）の豊国炭や住友の忠隈炭が見える。つまり、補充炭の買入は中小炭坑からとは限らず、大炭坑からも買い入れていたことが判明する。ところが、これら大炭坑は大正期に自社石炭の販売努力を高め、直売へと転換するものも現われた。住友は大正2年末に東京販売店と呉販売店を新設して直売して

いたが、さらに横須賀販売店（8年）、博多販売店（9年）と次々に店舗を増設し販売努力を強めた。⁽¹⁵⁾ また、安川松本商店は、さきに述べたように、大正4年に東京に進出し、同年10月から直売を開始した。このような販売努力の高まりが、社外炭買入をヨリ困難にしたであろうと考えられる。

表18 肥前炭受入高

(単位：1000トン、%)

		大正4年	5
社炭	高島炭	133(11)	184(12)
	相知炭	260(22)	364(24)
	芳谷炭	399(34)	465(31)
	岸嶽炭	55(5)	
	小計	849(71)	1,014(67)
社外炭	崎戸炭	181(15)	297(20)
	鹿町炭	19(2)	33(2)
	杵島炭	66(6)	79(5)
	多久炭	7(1)	26(2)
	巖木炭	18(2)	20(1)
	松尾谷炭	11(1)	5(0)
	正院谷炭	7(1)	
	その他	27(3)	44(3)
	小計	340(29)	506(33)
合 計		1,189(100)	1,520(100)

(注) 転送受入および過剰を含まず。

(出所) 『記事月報』より作成。

表19 筑豊炭受入高

(単位：1000トン、%)

		大正4年	5
社炭	新入炭	340(21)	322(19)
	鯉田炭	352(22)	396(24)
	上山田炭	153(10)	158(9)
	方城炭	99(6)	200(12)
	金田炭	242(15)	239(14)
社外炭	小計	1,189(75)	1,317(79)
	買収炭	208(13)	
	堀川炭	56(4)	56(3)
	豊国炭	9(1)	
	堀炭		76(5)
	忠隈炭		40(2)
	その他	121(8)	179(11)
	小計	396(25)	354(21)
	合 計	1,585(100)	1,671(100)

(注) 転送受入および過剰を含まず。

大正4年1月から6月までは買収炭で一括されており、炭種不明。

(出所) 『記事月報』より作成。

表20 北海道炭受入高

(単位：1000トン、%)

		大正4年	5
社炭	美唄炭	76(32)	285(69)
	大夕張炭		71(17)
	小計	76(32)	356(87)
社外炭	美唄炭	80(34)	
	大夕張炭	77(33)	4(1)
	その他	1(0)	50(12)
	小計	160(68)	54(13)
合 計		236(100)	411(100)

(注) 転送受入および過剰を含まず。大正4年1月から7月まで社炭、社外炭の区別がされていないので、社外炭に含めた。

(出所) 『記事月報』より作成。

- (1) 前掲『三菱社誌』19巻198頁。
- (2) 小池重喜「石炭流通機構の確立」（古島・安藤編『流通史II』山川出版社、昭和50年）163～164頁。
- (3) 前掲「日本帝国主義成立期の東アジア石炭市場と三井物産」271頁。
- (4) 例えば、柴垣和夫『日本金融資本分析』（東京大学出版会、昭和40年）は「金融的・商業的・資本的にさまざまな支配手段が併用」されたことによって社外炭の系列化が可能になったとしている(196頁)。この点では、前掲山下論文は流通独占→石炭産業の支配という論点で構成されており、賛成である。
- (5) 前掲『立業貿易録』14頁。
- (6) 『記事月報』56号24頁。
- (7) 『記事月報』57号14頁。
- (8) 『記事月報』60号14頁。
- (9) 『記事月報』61号14頁。
- (10) 『記事月報』64号14頁。
- (11) 『記事月報』63号23頁。
- (12) 前掲『三菱社誌』28巻3968～3969頁。
- (13) 『記事月報』65号8頁。
- (14) これらの表18・19・20は表17と整合しない。原資料が異なるにしても、理由は判明しない。
- (15) 麻島昭一『戦間期住友財閥経営史』（東京大学出版会、昭和58年）348頁。

5、小括

明治末期から大正初期にかけて、三菱合資は石炭市場の構造変動に対応して、石炭集散地や消費地に販売店を展開し、遅ればせながら三井物産のような石炭商社化の方向性を示してきた。ところが、第一次大戦ブーム期に入ると、海運業の極度の好調による運賃高騰と船腹不足の影響を受けて各地輸送炭が減少した。さらに、大戦ブームは、産地市場の拡大と土産炭の増大、石炭販売地域の地理的限定性の再拡大、社外炭取引の減少をもたらした。このことは、三菱の石炭商社化の道を閉ざすものであり、特定の社炭を特定地域に販売するという単なる販売部門に戻ることを意味していた。以上が本稿の簡単な要約である。

ところで、このような石炭販売の変化は、三菱合資営業部の総合商社化にど

うかかわっていたのであろうか。明治末までの三菱合資営業部は社内生産物の販売部門に過ぎなかった。大正初めの国内支店の状態を見ると、すべての店舗が石炭を取り扱っていたほか、神戸支店が金・銀・銅・錫・丹礬を、大阪支店が銅板・丹礬を、門司支店が銅板・マリングリユーを、若松支店が骸炭を販売していた。これらはすべて社内生産物であり、社外品は門司支店が取り扱った土佐セメントのみに過ぎなかった。

大正3年から始まる石炭不況のなかで、各店舗の社内生産物の取扱は広がった。大正3年11月に長崎支店は石炭以外に銅・錫を、12月には東京支店が銅・銅板・錫・重石鋳を、翌4年2月には名古屋支店が錫を、4月には大阪支店が骸炭を取扱い始めたが、いずれも社内生産物であることに変わりはない。

社外品の取扱は、東京支店が開設直後から準社内品たる板硝子を取扱ったほかは恒常的な取引は殆どなかった。その後、大戦ブームに入って、硫化銻（大正5年4月神戸支店）、満庵鋳（6年9月名古屋支店）、レール（同月東京支店）、獣脂（10月長崎支店）などの取引が見られるが、いずれも散発的取引に過ぎず、社外品の本格的な取扱とは言えない。これらの点から見て、三菱合資営業部の国内支店は単なる社内品の販売部門に過ぎず、社外品を取扱う商社へと転化する動きはきわめて弱かった。

このように国内支店で総合商社化への動きがきわめて微弱であった理由として、国内石炭販売がさまざまな変化を見せつつも、基本的には安定的な業務であったことを指摘しておきたい。表7及び13の石炭払出高総合計で見ても、表17の受入高総合計で見ても、大正10年に大きな減少を見るまでは大体300万トン台を保ち、きわめて安定的であった。また、表21に示した消費地支店の取扱高を見ても、各年でかなりの変動があるにしても、外国支店で見られるような極端な変動は生じていないのである。このような状況では、多角化に必要な「組織余剰」が発生しないのは言うまでもない。簡単に言えば、石炭取引に手一杯で、他の商品を取扱う余裕はなかったわけである。また、国内市場は既成

表21 国内扱店石炭取扱高

(単位：1000トン)

	受 入 高					払 出 高				
	大阪	神戸	東京	横浜	名古屋	大阪	神戸	東京	横浜	名古屋
大正2年						598	221	313	109	254
3						560	232	320	240	
4	330	147	132	101	248	362	162	139	104	255
5	496	238	189	159	275	495	235	189	162	277
6	512	259	174	190	202	501	255	174	189	292
7	342	147	162	173	286	332	155	162	173	284
8	302	94	156	161	324	315	95	154	161	318
9	419	117	198	142	274	420	115	183	141	278
10	262	100	146	90	227	265	102	151	93	231
11	332	100	165	90	227	337	102	170	93	231

(注) 社外炭・外国炭も含む。

(出所) 『三菱合資会社年報』より作成。

の流通機構の支配下にある商品が多く、たとえ進出したとしても有効なる成果を挙げるのは至難のことであつたろう。

このような中で、石炭販売だけが商社化への道程を辿りつつあったが、それが本稿で分析したような要因から閉ざされてしまったのである。石炭商社化への道が閉ざされたことがかなり明確になってきた大正6年10月の時点で、三菱合資営業部が雑貨取引の開始を決定したことは、ある意味でタイムリーなことであつたと思われる。つまり、石炭販売の困難性が決定的になる以前であつたし、また戦後ブームに間に合ったからである。そういう意味では、三菱合資営業部の総合商社化は、国内支店に関してだけ言えば、トップ・ダウンの決定であり、かつその決定のタイミングの良さが総合商社化を可能にしたと言ってもよいであらう。

反動恐慌以後、日本は慢性的な不況過程に入る。そのなかで石炭販売における競争はますます激化した。ブーム期には高運賃から外国炭の輸入は事実上閉ざされていたが、ブームの終了とともに復活したからである。このため、石炭

販売からの収益は減少した。大正13年に三菱商事から三菱鉱業へ石炭元扱権の返還が行なわれるが、これは株式を公開した三菱鉱業の業績低下にたいして「三菱合資の社長岩崎小弥太社長の裁断」⁽¹⁾によって決定したものである。しかし、これが可能であったのは、本稿で分析したように、石炭販売が土地売炭の拡大と販売地域の限定、さらには社外炭取引の減少という石炭販売部門の商社的側面の後退という要因があったことを考慮に入れると理解できる。

それでは、国内支店は三菱合資営業部の総合商社化に対してどのような意義をもったのであろうか。それは、三菱が総合商社活動を開始することをきわめてスムーズならしめたことである。まず第一に、石炭販売によって国内店舗網が整備されていた。各地の国内消費地支店は、大正6年10月以後海外支店と連携を取りつつ、雑貨取引を大きく拡大させた。これが可能であったのは、そもそも国内支店が存在したからである。第二に、石炭販売における商社活動の経験の蓄積が総合商社活動を行なうための決定的前提条件を満たした⁽²⁾ことである。商社活動における人材の決定的重要性は森川英正氏が強調したところであるが、そのような人材が石炭販売活動から育っていったのである。商品本部制組織や支店間の取引ルールなどの制度的側面もまた石炭販売活動のなかから形成され、他の商品に適用されていったものである⁽³⁾。これらの点から見て、大正初期において三菱合資営業部が石炭商社化しつつあった事実の持つ意義は大きいものと思われる。

(1) 三菱鉱業セメント株式会社編『三菱鉱業社史』（同社刊、昭和51年）278頁。

(2) 森川英正「総合商社の成立と論理」（宮本・梶井・三島編『総合商社の経営史』東洋経済新報社、昭和51年）63頁以下参照。

(3) 三菱商事株式会社編『三菱商事社史』上（同社刊、昭和61年）でも、「当社に於ける商品取引規定の淵源は三菱合資の売炭規定であった」と指摘している（169頁）。